

ハッシュタグによる Instagram の効果的な活用法

1210406 上田侑佑香

高知工科大学 経済・マネジメント学群

1. 概要

近年、ソーシャルネットワークサービスは日常で必要不可欠なものとなり、特に写真・動画投稿に特化した Instagram の利用者は急増している。Instagram の普及により、ネット検索のみならずハッシュタグ検索による情報収集が盛んになってきている。また、2017 年からはハッシュタグフォローが可能となり、例えば「#高知カフェ」をフォローすると、そのテーマの投稿を見ることができる。これにより、投稿者は、ハッシュタグを通じて、不特定多数のユーザーを自身の投稿に惹きつけることが可能となった。本研究では、自身の Instagram の投稿に総計 633 個のハッシュタグを付け、重回帰分析を用いて、各ハッシュタグ投稿件数と動画再生数・いいね数との関連性を調べた。その結果、ハッシュタグ投稿件数によって、動画再生数やいいね数に影響を与えることが分かった。また、ハッシュタグによる Instagram の効果的な活用法を、自身の Instagram アカウント分析をもとに提示する。

2. 背景

Instagram は、2010 年アメリカで誕生し、当初 1000 万人程の利用者がここ 10 年で 10 倍伸び、2018 年には 10 億人以上となった。(mediakix, 2019) 国内での利用者も急激に増え、3300 万人と 4 人に 1 人が利用している。割合が男性 43%、女性 57%と男女問わず人気である。(FACEBOOK, 2019) 近年では、個人の私生活の投稿に限らず、企業が自社の商品を消費者に購入してもらう入り口として、Instagram をビジネス活用しているところも増えてきている。その投稿ジャンルは、ファッションやグルメ、旅行・観光等、様々である。Instagram では、写真と動画に文字とハッシュタグをつけ、一度にたくさんの情報発信を可能とする。ターゲット層が打ち込みようなキーワードをハッシュタグにし発信することを可能とし、フォローされていないユーザーに自身の投稿を見ってもらうには、ハッシュタグをつけるのが一番簡単で拡散しやすい方法である。日本人が Instagram でハッシュタグ検索する回数は、世界平均の 3 倍とも言われており、人々の日常生活の中

で、行きたい場所や買いたい物などを調べるために欠かせないツールとなってきている。また、PRTIMES(2020)は、Instagram でハッシュタグ検索を利用している 254 名を対象とした「検索するハッシュタグのジャンル」についての調査を行った。その結果、最も検索ジャンルの多かったハッシュタグは、自信の趣味関連、次いでグルメ、旅行・観光となった。

3. 目的

背景で述べた通り、Instagram の利用者は、年々増加しており、誰もが簡単に情報を発信でき、収集できるプラットフォームである。そこで本研究では、情報発信に焦点をおき、自身の趣味用 Instagram アカウントを用いて、投稿に最適なハッシュタグの付け方を分析したい。今回はハッシュタグの投稿件数に着目し、それに加え、自身の投稿に関するコメント数やキャプション等も分析対象に入れる。そして分析結果をもとに、特に自身の特技や趣味を発信したい人向けに、効果的なハッシュタグ活用法を提示したい。

4. 研究方法

1. Instagram のハッシュタグについての先行研究から仮説を立てる。

ハッシュタグ投稿件数における先行研究から、投稿に効果的なハッシュタグ投稿件数の合理的な仮説を立てる。

2. 自身の Instagram 投稿の分析を行う。

2020 年 4 月 10 日～11 月 10 日までの 7 ヶ月間自身の Instagram アカウントに投稿したピアノ動画 (Jpop19 本、Kpop19 本、洋楽 12 本) 計 50 本を用いて分析を行う。Instagram では、最大 60 秒で投稿できる動画と IGTV と呼ばれる最大 60 分まで投稿できる動画がある。3 秒以上の再生で再生回数が 1 回カウントされる仕組みとなっている。また、同じユーザーや自身のアカウントで何回再生しても再生回数は、1 回のみのカウントとなっている。まず、順位和検定により動画再生数、いいね数に音楽ジャンル (Jpop、Kpop、洋楽) が影響を与えるのかを調べる。次に、動画の再生数、いいね数を被説明

変数とし、ハッシュタグ投稿件数を7つに分類した1億件以上(X_1)、1000万件以上(X_2)、100万件以上(X_3)、10万件以上(X_4)、1万件以上(X_5)、1000~9999(X_6)、0~999(X_7)それらに加え、洋楽ダミー(X_8)、Kpopダミー(X_9)、前回投稿日からの経過日数(X_{10})、投稿へのコメント数(X_{11})、キャプション(X_{12})を説明変数とし、1投稿に X_1 ~ X_7 の総計633個のハッシュタグをまんべんなく付け、重回帰分析を行う。また、ハッシュタグ投稿件数を7つに分類した理由は、これまでに行われている先行研究のハッシュタグ投稿件数が大きく分けて3分類しかなく、より効果的なハッシュタグ投稿件数を分析するためである。

3. ハッシュタグによるInstagramの効果的な活用法を提示する。

分析結果に基づいた、自身のInstagramにおける最適な投稿法・ハッシュタグを用いた効果的なInstagram活用法を提示する。

5. 結果

5-1. 仮説

先述したように、Instagramのハッシュタグ投稿件数は大きく分けて3つある。多くのユーザーに投稿されているビッグワード、ある程度投稿されているミドルワード、投稿数の少ないスモールワードがある。Ferret (2020)によると、ビッグワードでは、投稿が多いためすぐ自身の投稿が流れてしまうとしている。またInstagramでは、検索画面のはじめに人気投稿が表示される。人気投稿は、ユーザーが一番目にする投稿なのでそこに投稿されると閲覧してもらえる可能性が高くなり、ミドルワードとスモールワードのハッシュタグを付けることが重要であるとしている。特に、ミドルワード(約1000~10000投稿)はある程度のユーザー層をターゲットとして情報発信可能となるため、人気投稿で上位を取れるようになるとしている。(cameraotome, 2019) これらのことから仮説では、ハッシュタグ投稿件数があまりにも多すぎると自身の投稿が埋もれ、拡散しにくいいため X_6 、 X_7 にあたる0~9999件以下が最適とする。

5-2. Wilcoxonの順位和検定

5-2-1. 平均動画再生数の比較

図1は、Jpop動画19本、Kpop動画19本、洋楽動画12本の平均動画再生数を比較したものである。

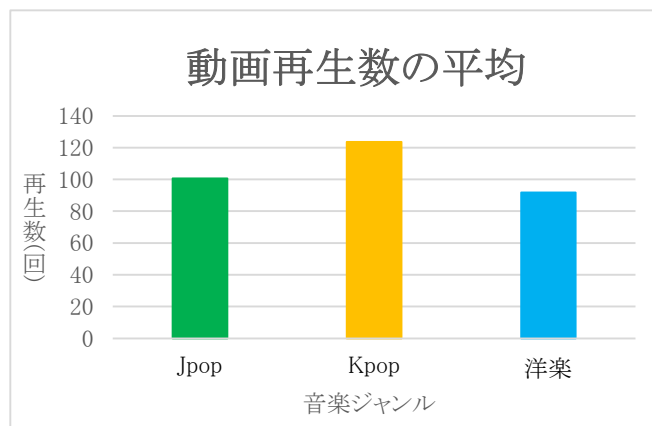


図1

JpopとKpopの動画再生数を用いて、順位和検定を行うと、P値は0.0342725となり、 $0.01 < P < 0.05$ であるため有意水準5%で平均値に差があることが分かった。次にJpopと洋楽で行うと、P値は0.6849504となり $P > 0.05$ であるため平均値に差があるとは言えない。そして、Kpopと洋楽で行うとP値は0.2733255となり、 $P > 0.05$ であるため平均値に差があるとは言えない。よってKpopはJpopと比べ動画再生数に影響を与えることが分かる。

5-2-2. 平均動画いいね数の比較

図2は、各動画いいね数の平均を比較したものである。

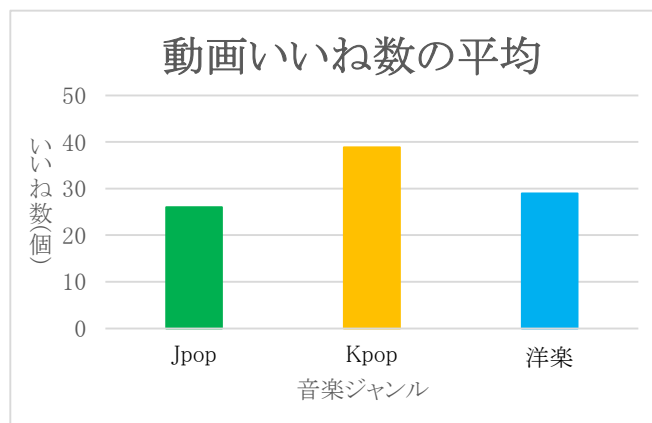


図2

JpopとKpopを用いて、順位和検定を行うと、P値は0.0011182となり、 $P < 0.01$ であるため有意水準1%で平均値に差があることが分かった。Jpopと洋楽で行うと、P値は0.2812857となり $P > 0.05$ であるため平均値に差があるとは言えない。Kpopと洋楽で行うと、P値は0.0111558となり $0.01 < P < 0.05$ であるため有意水準5%で平均値に差があることが分かった。これらのことから、動画いいね数においてKpopが有意に多いことが分かる。

5-3. 重回帰分析

5-3-1. 動画の再生数を被説明変数としたとき

動画の再生数を被説明変数とした時の結果は、下記の表になる。P値は、ハッシュタグ投稿件数0~999(X_7)は5%有意で説明力のある変数と言えるがそれ以外は説明力がないと判断された。

	係数	標準 誤差	t	P-値
切片	73.82 363	54.56 157	1.353 034	0.184 255
ハッシュタグ数 (1億件以上)	-8.86 432	14.09 646	-0.62 883	0.533 321
ハッシュタグ数 (1000万件以上)	-14.1 569	9.019 579	-1.56 957	0.125 029
ハッシュタグ数 (100万件以上)	6.176 464	10.08 585	0.612 389	0.544 026
ハッシュタグ数(10万件以上)	9.797 301	9.275 059	1.056 306	0.297 677
ハッシュタグ数 (1万件以上)	-6.50 479	6.842 885	-0.95 059	0.347 98
ハッシュタグ数 (1000~9999)	10.16 852	9.161 594	1.109 907	0.274 201
ハッシュタグ数 (0~999)	18.28 602	7.956 995	2.298 107	0.027 307
洋楽	-24.9 203	26.97 435	-0.92 385	0.361 549
Kpop	-17.6 993	30.25 14	-0.58 507	0.562 05
経過日数(前回から)	-1.78 683	3.267 923	-0.54 678	0.587 814
コメント数	-0.75 132	4.653 417	-0.16 146	0.872 613
キャプション	8.403 231	29.33 577	0.286 45	0.776 131

表 1

5-3-2. いいね数を被説明変数としたとき

いいね数を被説明変数とした時の結果は、下記の表になる。

いいね数では、P値が5%有意であるハッシュタグ投稿件数0~999(X_7)に加え、Kpopと前回の投稿からの経過日数が有意となった。Kpopを投稿するとJpopに比べていいね数が約8増え、前回の投稿から経過日数が1日増えると、いいね数が1.3増えるということが分かった。

	係数	標準 誤差	t	P-値
切片	5.197 379	6.544 69	0.794 137	0.432 18
ハッシュタグ数 (1億件以上)	2.312 232	1.690 878	1.367 475	0.179 727
ハッシュタグ数 (1000万件以上)	0.734 981	1.081 903	0.679 34	0.501 15
ハッシュタグ数 (100万件以上)	0.801 731	1.209 803	0.662 696	0.511 633
ハッシュタグ数(10万件以上)	1.238 278	1.112 548	1.113 01	0.272 883
ハッシュタグ数 (1万件以上)	1.166 624	0.820 808	1.421 313	0.163 6
ハッシュタグ数 (1000~9999)	1.483 243	1.098 938	1.349 705	0.185 311
ハッシュタグ数 (0~999)	2.233 278	0.954 446	2.339 869	0.024 795
洋楽	4.591 927	3.235 587	1.419 194	0.164 212
Kpop	7.961 436	3.628 672	2.194 036	0.034 59
経過日数(前回から)	1.388 08	0.391 989	3.541 118	0.001 096
コメント数	0.313 215	0.558 18	0.561 135	0.578 088
キャプション	-1.18 308	3.518 841	-0.33 621	0.738 611

表 2

5-4. まとめ

表1、表2より動画再生数、いいね数ともに、ハッシュタグ投稿件数0~999(X_7)が統計上有意であることが示された。これにより、仮説で立てた「 X_6 、 X_7 にあたる0~9999件以

下が最適」の一部である X_7 にあたる 0~999 のハッシュタグ投稿件数が最適であることが証明された。また、順位和検定では、動画再生数においても Kpop の方が有意に多かったが、重回帰分析では、Kpop 係数-17.6993、P 値は 0.56205 と有意性は見られなかった。そこで、各ジャンル別にハッシュタグ投稿件数 0~999 (X_7) を付けた平均数を調べてみると、下記のような結果になった。(図 3)

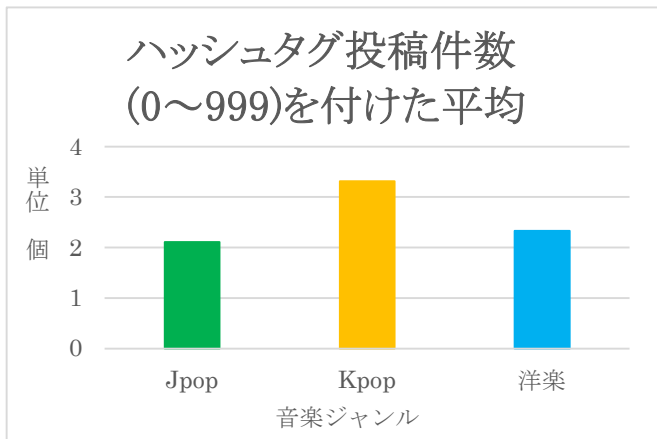


図 3

Kpop では 1 投稿あたり 3.3、Jpop では、2.1 と、ハッシュタグ投稿件数 0~999 (X_7) を Kpop の方が平均して約 1 つ多く付けていた。よって重回帰分析では、動画再生において Kpop 有意が見られず、Jpop と Kpop の動画再生数を比較した順位和検定では、ハッシュタグ投稿件数 0~999 (X_7) を多くつけていた Kpop が有意に働いたことが考えられる。

5-5. 検証結果

ハッシュタグ投稿件数 0~999 の効果を調べるために、上記で分析対象とした動画 50 本とは別に Kpop (韓国ドラマ挿入曲) 動画 2 本を投稿した。片方には、ハッシュタグ投稿件数 0~999 のハッシュタグを 1 つのみ、もう一方には 5 つ付けて投稿した。その際に、Instagram 機能である投稿インサイトを使用した。投稿インサイトでは、ハッシュタグ検索によりユーザーが自身の投稿を表示した、ハッシュタグ投稿表示合計回数が記録される。実際投稿に付けたハッシュタグ、インサイトの結果は下記のようなになった。(図 4) ハッシュタグ # に下線を付けている部分がハッシュタグ投稿件数 0~999 のキーワードである。

#beautiful#crush#goblin#トッケビ#韓国ドラマ#挿入歌#コン
 ヌ#beautifulcrush#goblinost#goblinkdrama#koreanost
 #kpoppiano#kpopcover#kpopcovers#pianosong#beautiful
 lpiano



#startgaho#startover#gahostart#梨泰院クラス ost#はじまり
 #いてうおんくら#startpiano#itaewonclasssoundtrack
 #parkseojoon#koreandrama#kpoppiano#kpoppianocover



図 4: ハッシュタグ 1 つ(上)、ハッシュタグ 5 つ(下)

図4よりハッシュタグ投稿件数 0~999 のハッシュタグを1つ付けた場合、98人のユーザーがハッシュタグ検索により自身の投稿を表示した一方で、5つ付けた場合は、その8倍にもなる866人が表示した。また、動画再生数・いいね数とも比較しても、前者は106再生・34いいね、後者は、488再生・53いいねという結果になった。

6. 考察・提案

結果よりハッシュタグ投稿件数0~999は、Instagramで情報発信するにはとても有効的であると考えられる。例えば、大多数がハッシュタグ付けする「#music」よりも「#kpopmusiccover」等、発信したい情報をより具体的に示したキーワードを用いることである。また最も再生数の多い動画のハッシュタグを見てみると、全てのハッシュタグ数12個の中で、0~999投稿件数で付けたハッシュタグ数は、3個とそれほど多くはないが、その全てが人気投稿の上位に表示されており、再生数・いいね数に影響を与えたと考えられる。このことから、ハッシュタグ投稿件数が少ない中で、さらに人気投稿に表示されることが最も効果的な投稿法だと考えられる。フォロワーだけでなく、フォロワー以外の人にも見てもらえるきっかけとなる。

Kpop投稿がいいね数増加に繋がったのは、フォロワー層やハッシュタグ投稿件数0~999を付けた影響だけでなく、投稿保存率が関係すると考えられる。Instagramでは、投稿をユーザーが保存できる機能がある。インサイト機能を用いて、投稿保存の平均(投稿保存数の合計÷投稿数)を調べてみると、1投稿あたりKpopでは、4.32と約4人、Jpopでは0.89と約1人が保存していることが分かった。

投稿間隔については、毎日頻繁に投稿するよりも、2~3日に1回がいいと考える。いいね数を被説明変数とした重回帰分析の結果から、そして自身が、ある期間毎日投稿をしても動画再生数・いいね数が伸びたと感じなかったことから言える。またユーザーの滞在時間が長い方が投稿は重要視されるというInstagramの仕組みにより、人気投稿に表示されるには、投稿の量よりも質が最も重要だと考える。毎日投稿では、投稿の質が劣ってしまうように感じる。SNS上であっても直接のコミュニケーションと同じく、相手が常に存在する。誰をターゲットとして発信したい情報なのかをまず考え、ユーザーが再び見たい=保存に繋がられるような投稿で、投稿頻

度は高くなくとも、24時間で消える15秒動画ストーリー機能を毎日使ってユーザーとの親近感を強めることなども有効だと感じる。

これらのことから、単にむやみやたらとハッシュタグを付けるのではなく、投稿件数0~999のハッシュタグを用いて、質の高い写真や動画を投稿することが最適だと考える。

7. 今後の課題

今回の研究では、自身のInstagramアカウントでフォロワー数を重要視することなく検証したため、今後は、インフルエンサーと呼ばれる人たちが投稿に付けるハッシュタグなど多種多様なデータを用いて分析する必要があると考える。

謝辞

本研究を進めるに当たり、指導教官の岡野講師からは多大な助言を賜りました。厚く感謝申し上げます。

参考・引用文献

- [1] “実証分析のための計量経済学～正しい手法と結果の読み方～” 著書 山本勲(2015)
- [2] “Instagramでビジネスを変える最強の思考法” 著者 坂本翔(2019)
- [3] 坂田利康「インスタグラム・マーケティング戦略～ユーザーのエンゲージメント獲得に向けた広告コミュニケーション～」(2016)
- [4] 安彦絵美子「Instagramの利用動機と購買行動についての考察」(2017)
- [5] 井上弥咲「大学生に効果的なハッシュタグの活用法」(2020)

参考資料

- [1] インスタグラム(Instagram)とは IT用語辞典 <http://e-words.jp/w/Instagram.html> (2020年10月5日閲覧)
- [2] SNSで情報を探す時代へ:「ググル」から「タグる」へのシフト <https://dentsu-ho.com/articles/7110> (2020年11月7日閲覧)
- [3] Instagramの国内月間アクティブアカウント数が3300万を突破 https://about.fb.com/ja/news/2019/06/japan_maaupdate-2/ (2020年11月7日閲覧)
- [4] 【2020年最新版】Instagramの統計データまとめ

<https://blog.hubspot.jp/instagram-stats>(2020年11月7日閲覧)

[5] The Most Impressive Instagram Statistics For 2019
<https://mediakix.com/blog/top-instagram-statistics-you-should-know/>(2020年11月7日閲覧)

[6] 【2020年12月更新】Instagram(インスタグラム)日本のユーザー数・属性・活用シーン|企業の事例も紹介
https://unique1.co.jp/column/sns_operation/421/(2020年11月7日閲覧)

[7] これぞ Instagram 活用の定石! 「ハッシュタグ」を究めよ!

<https://webtan.impress.co.jp/e/2020/03/18/35438>(2020年11月29日閲覧)

[8] Instagram でハッシュタグ検索するのは、「趣味」と「グルメ」モバイル&ソーシャルメディア月次定点調査(2020年6月度)

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000459.000007597.html>(2020年11月29日閲覧)

[9] SNSによるコミュニケーション・マーケティング
<http://www.jmr-g.co.jp/proposal/226.html>(2020年12月7日閲覧)

[10] Instagram のハッシュタグ戦略とは?人気投稿に乗る条件を解説!

<https://service.plan-b.co.jp/blog/marketing/25952/>(2020年12月7日閲覧)

[11] 多すぎ?少なすぎ?どのくらいがいいの?Instagramへのベストな投稿頻度について!

<https://blog-jp.statusbrew.com/instagram-how-often-lce-d55dc4d82/>(2020年12月7日閲覧)

[12] 1日何回がベスト?インスタグラムの効果的な投稿方法を解説 | TOPICA LAB

<https://lab.topica-works.com/archives/3157#i-9>(2020年12月7日閲覧)

[13] Instagram(インスタグラム)は#(ハッシュタグ)が命!効果的な付け方・選び方を解説

<https://ferret-plus.com/10285>(2020年12月15日閲覧)

[14] 【インスタ】ハッシュタグ〜トップ(人気投稿)に載せるには?〜投稿を見つけてもらおう | OL女子の脱サラ奮闘日

記

<https://riho-blog.com/instagram-hashtag-top/>(2020年12月15日閲覧)

[15] 【保存版】インスタグラマーはハッシュタグをキーワードで考える!効果的な付け方をしっかりチェック

<https://camera-otome.com/hashtag-thinking/>(2020年12月15日閲覧)